

[ALERTA DE MERCADO · OPERACIÓN RESCATE]

CAPITALISMO DE RESCATE

Una campaña de captación de socios para COPADE construida con los códigos de la alta tecnología financiera: psicología inversa, terminología fintech y disrupción visual corporativa.

MADERA JUSTA

▲ **TRAZABILIDAD 100%**

GREENWASHING

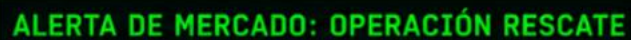
▼ **EN CAÍDA**

CUOTA MENSUAL

▲ **10,00 €**

RETORNO FINANCIERO

▼ **0,00 %**



Lanzamos una OPA ciudadana
contra el greenwashing. Invierte
160€ al año en COPADE y
hackea el mercado.

INTERVENIR EL MERCADO AHORA

PLANET +21.3%

02 / 22

160.00

VOLUMEN 7.842M

IMPACTO ALTO

+32.5%

TENDENCIA

+30.00%

+20.00%

+10.00%

0.00%

-10.00%

— -20.00%

— -30.00%

**COPADE AUDITED:
100% REAL**

PARTE 1 DE 3

LA ESTRATEGIA

Qué decimos, a quién se lo decimos, y con qué tono lo decimos.

EN ESTA PARTE

CONCEPTO

ARQUITECTURA

B2B2C

BALANCE

TICKET

TONO Y VOZ

EL GIRO ESTRATÉGICO

Abandonamos la estética de ONG amable y el paisaje forestal triste. Adoptamos el lenguaje visual de una terminal de bolsa: cortante, urgente, premium.

01

PSICOLOGÍA INVERSA

No se pide caridad, se exige capital. El donante pasa de sujeto compasivo a inversor con criterio — y eso cambia por completo quién se siente interpelado.

02

TERMINOLOGÍA FINTECH

OPA ciudadana, junta de accionistas, dividendo humano. El vocabulario del mercado financiero, aplicado al impacto social, genera fricción productiva.

03

DISRUPCIÓN VISUAL

Negro grafito, verde neón, tipografía masiva. Un código estético que ninguna ONG española está usando hoy — máxima diferenciación en un sector saturado de verdes pastel.

ESTRATEGIA · ARQUITECTURA DE MARCA

DOS PUERTAS, UNA MISMA OPERACIÓN

A partir de aquí la campaña habla con dos audiencias y las llama por su nombre. Cada una entra por su puerta, pero alimenta la misma operación de rescate.

01

SOCIOS

Personas a título individual. Entran solas, deciden solas: alta directa en la landing, 10 € al mes, sin intermediarios.

02

COLABORADORES

Empresas. Pagan 250 € al año como Colaboradoras y, además, pueden apadrinar a su plantilla a 10 € al mes por persona.

CÓMO MULTIPLICA UN SOLO ACUERDO



AL SOCIO, POR LA PUERTA DEL EMPRESARIO

La campaña no cambia. Lo que cambia es la puerta de entrada: en vez de perseguir un socio a la vez, cerramos un acuerdo y entran todos los que ese acuerdo activa.

01

RSC YA PRESUPUESTADA

Las empresas ya reservan partida para responsabilidad social. No competimos por presupuesto nuevo: competimos por uno que ya existe y busca dónde ir.

02

UN CIERRE, MIL ALTAS

Una reunión con Recursos Humanos puede convertirse en decenas de Socios el mismo mes. El coste de adquisición por persona se desploma frente a la captación individual.

03

CERTIFICADO, NO CHEQUE

El Colaborador no dona: activa a su plantilla. A cambio recibe un sello verificable que sí puede enseñar en su memoria de sostenibilidad — no una factura de donativo.

EL BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tres tarjetas, tres verdades incómodas. Así se lee la cuenta de resultados de un socio de COPADE.

01

ACCIONES FORESTALES

100% TRAZABLE

Tu capital financia la auditoría técnica sobre el terreno. Cada m³ certificado bajo Madera Justa es espacio arrebatado a la deforestación ilegal.

02

RENTABILIDAD
FINANCIERA

0,00 % RETORNO

Pérdida voluntaria absoluta. Cero dividendos para tu cuenta. No compras para especular: compras el blindaje de la economía rural frente a la especulación.

03

DIVIDENDO HUMANO

10,00 € / MES

Inyección directa de liquidez. Tu cuota mensual garantiza precios mínimos estables y condiciones dignas para cooperativas y pymes locales.

EL TICKET

El resumen económico de la operación, leído como un dashboard de inversión.

CUOTA MENSUAL

10,00 €

EQUIVALENCIA ANUAL

120,00 €

RETORNO FINANCIERO

0,00 %

RETORNO HUMANO

100 %

AHORRO POR PAGO ANTICIPADO

-35 %

78,00 € / AÑO

en vez de 120,00 € pagando mes a mes

DIRECCIÓN CREATIVA · TONO Y COMUNICACIÓN

CÓMO SUENA EL RESCATE

Antes de ver las piezas, el termómetro. Cuatro escalas fijan cuánto se estira el tono de «Capitalismo de Rescate» — y hacia dónde, para que ninguna pieza se quede a medio camino.



PARTE 2 DE 3

LAS ACCIONES

Cómo se ve y se lee cada ejecución de la campaña, pieza a pieza.

EN ESTA PARTE

LANDING

HISTORIAS

TARJETA INVERSOR

RETRATO

PRENSA

EMAIL

KIT COLABORADOR

LANDING PAGE · PIEZA FINAL

Hero banner

PIEZA FINAL · SIN RECORTAR



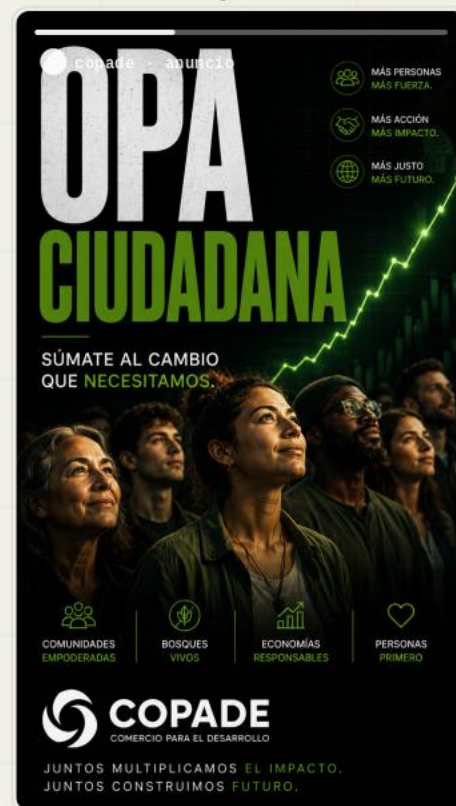
PIEZAS · REDES SOCIALES

Kit de historias

Cuatro ejecuciones listas para Instagram y Facebook Stories: el manifiesto, la llamada a sumarse, el valor que defendemos y el precio de entrada — el mismo concepto, leído en cuatro tiempos.



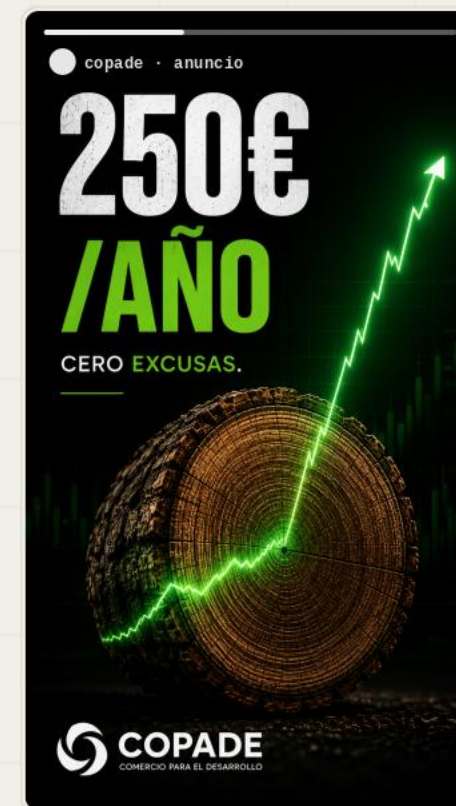
El bróker del cambio



OPA ciudadana



Intervenir el mercado



250 € / año

PIEZA FINAL · TARJETA INVERSOR

Tarjeta de inversor de impacto

PIEZA FINAL



ARGUMENTARIO DE LA CAMPAÑA

La tarjeta convierte la cuota en un objeto de estatus, no en un recibo. Nadie enseña un ticket de donación — pero sí una tarjeta negra. Ese gesto de posesión es lo que empuja la conversión: no compras ayuda, te haces socio de un club exclusivo con causa.

PIEZA FINAL · EL BRÓKER DEL CAMBIO

Retrato corporativo

PIEZA FINAL



ARGUMENTARIO DE LA CAMPAÑA

La imagen invierte el estereotipo del activista. Un ejecutivo se arranca la corbata, no para renunciar al sistema, sino para intervenirlo desde dentro. Es la cara de alguien que ya no cree en el greenwashing y decide operar con otras reglas.

BOCETO · NOTA DE PRENSA

Envío a medios

Para prensa económica y de sostenibilidad. Tono corporativo, cifras como titular.

ASUNTO

Una ONG española lanza una «OPA ética» para arrebatarle el control de las cadenas de suministro a las grandes multinacionales

MADRID, JULIO DE 2026 —

COPADE anuncia el lanzamiento de «Capitalismo de Rescate», rompiendo con el modelo tradicional de caridad del tercer sector. La organización abre su «junta de accionistas sociales» a cualquier ciudadano dispuesto a aportar 10 € al mes — un fondo destinado a auditar cadenas de suministro, blindar el empleo rural y certificar madera 100% legal.



FOTO ADJUNTA PARA PRENSA

Retrato corporativo en alta resolución, disponible bajo petición para su publicación editorial.

CONTACTO DE PRENSA

[e-mail COPADE] · [teléfono] · [URL de campaña]

BOCETO · EMAIL

Captación masiva

Base de datos y boletín.
Filtro deliberado en el
asunto: solo responde quien
encaja.

De: COPADE – Capitalismo de Rescate

ASUNTO

**[CONFIRMACIÓN] Buscamos socios
dispuestos a perder 10 €/mes
(para ganar un planeta)**

Si buscas una ONG tradicional para
desgravar y olvidarte del mundo, borra
este correo. Esto es una OPA
ciudadana: 0% de retorno financiero,
100% de retorno en dignidad.

[COMPRAR MIS ACCIONES · 10 €/MES]

Gracias por operar en el mercado con verdadero criterio.
El equipo técnico de COPADE.



PIEZA DE CAMPAÑA
incrustada en el envío

PIEZAS · CANAL COLABORADORES

Kit del Colaborador

Cuatro piezas para que el equipo comercial cierre el acuerdo y RRHH lo active internamente: el argumento, el aviso, el cartel y el sello.

01 · DOSSIER RSC

ACTIVA A TU PLANTILLA COMO SOCIOS

- 250 €/año de cuota como Colaboradora
- 10 €/mes por cada empleado que active
- Impacto medible cada año

PDF · 4 PÁGINAS

De: Recursos Humanos

02 · EMAIL INTERNO

Tu empresa ya es Colaboradora. Ahora te toca a ti.

Cada Socio que sumes hoy es una acción real contra la despoblación rural. Y no te

[QUIERO SER SOCIO]

03 · CARTEL DE OFICINA

SOMOS COLABORADORES

Escanea y únete al cambio.



04 · SELLO ACREDITATIVO



PARTE 3 DE 3

TIMING Y DIFUSIÓN

Dónde aparece cada pieza, y en qué orden se activa.

EN ESTA PARTE

CANALES TIMING



x UNA Y NO MÁS

ACCIONES A REALIZAR

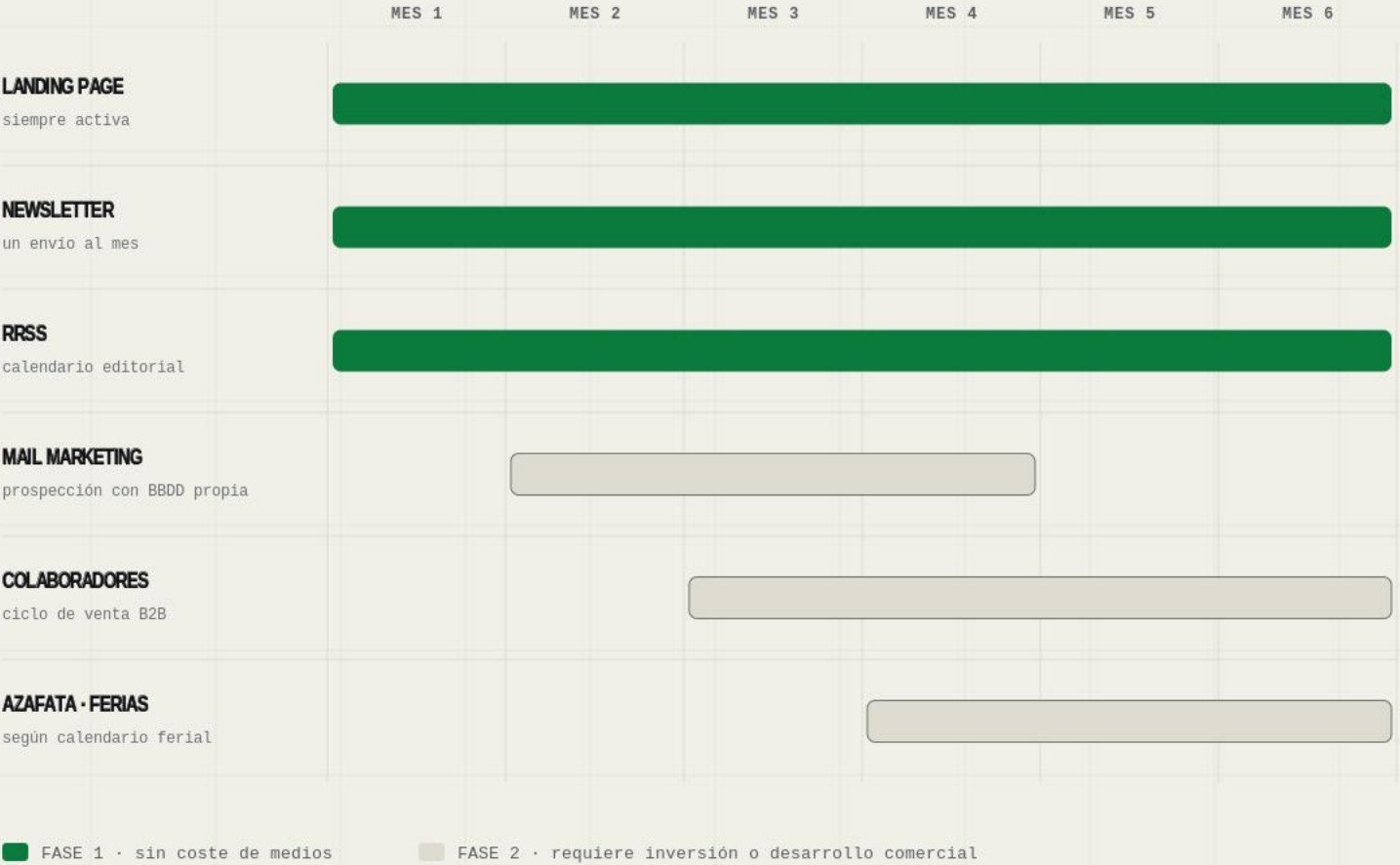
Presupuesto ajustado: empezamos por los canales propios, sin coste de medios, y sumamos los que requieren inversión o desarrollo comercial en una segunda fase.

FASE 1	LANDING PAGE Hub central de captación: una URL, dos rutas — Socio y Colaborador.	Pieza base · pág. 04
FASE 1	RRSS Visibilidad y validación del mensaje antes de invertir en medios pagados.	Kit de historias · pág. 05
FASE 1	NEWSLETTER Convierte a la base de datos actual — ya sensibilizada — en los primeros Socios.	Serie de 3 envíos
FASE 2	MAIL MARKETING Prospección fuera de la base actual, con el mismo filtro en el asunto.	Pieza email · pág. 10
FASE 2	COLABORADORES Canal B2B: un acuerdo puede multiplicar altas frente a la captación individual.	Kit del Colaborador · pág. 14
FASE 2	AZAFATA · BRÓKER DEL CAMBIO Presencia física en ferias verticales, donde ya está el público Colaborador.	Activación en stand + alta in situ

ESTRATEGIA · HOJA DE RUTA

SEIS MESES, EN ORDEN DE ATAQUE

Empezamos por lo que no cuesta y no depende de nadie. Cada fase financia el argumento de la siguiente: primero la prueba social, después la venta fría, al final la conversación cara a cara.



LECTURA DEL DIRECTOR CREATIVO

A FAVOR

Es el posicionamiento más diferenciado que puede tener COPADE hoy en el tercer sector español. Nadie más está ahí.

RIESGO

El tono puede chirriar en la base de socios actual, más tradicional. Y «capitalismo» es una palabra que algunos leerán en contra, no a favor, de la causa.

RECOMENDACIÓN

Lanzar en paralelo dos pieles: esta, agresiva, para captación fría en digital y prensa — y una variante con los colores reales de COPADE para el boletín y la base actual, mismo mensaje, menos ruptura visual.



[[COPADE.ORG/RESCATE](https://copade.org/rescate)]